

**KEBERLANGSUNGAN INDUSTRI BATU BATA DI KECAMATAN
MOJOLABAN KABUPATEN SUKOHARJO**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Geografi Fakultas Geografi**

**Oleh:
TUWUHATI NICO PRASETYO
E100150023**

**PROGRAM STUDI GEOGRAFI
FAKULTAS GEOGRAFI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**KEBERLANGSUNGAN INDUSTRI BATU BATA DI KECAMATAN MOJOLABAN
KABUPATEN SUKOHARJO**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

Tuwuhati Nico Prasetyo

NIM : E100150023

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen

Pembimbing



Dra. Umrotun M.Si

HALAMAN PENGESAHAN
KEBERLANGSUNGAN INDUSTRI BATU BATA DI KECAMATAN MOJOLABAN
KABUPATEN SUKOHARJO

OLEH

TUWUHATI NICO PRASETYO
E100150023

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Geografi
Universitas Muhamadiyah Surakarta
Pada Hari Rabu 6 November 2019

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Dewan penguji

1. Dra. Umrotun, M.Si
(Ketua Dewan Penguji)
2. Drs. Yuli Priyana M.Si
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Dr. Choirul Amin, S.Si, MM
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 6 November 2019

Penulis



Tuwuhati Nico Prasetyo
E100150023

KEBERLANGSUNGAN INDUSTRI BATU BATA DI KECAMATAN MOJOLABAN KABUPATEN SUKOHARJO

Abstrak

Kecamatan Mojolaban merupakan salah satu kecamatan berada di Kabupaten Sukoharjo yang terdapat banyak industri salah satunya industri batubata. Industri batubata tersebut memerlukan strategi agar bisa mempertahankan keberlangsungannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus. Populasinya adalah seluruh pengusaha industri batu bata yang berjumlah 89 pengusaha. Data yang diperoleh dari penelitian ini dengan metode wawancara. Analisis yang digunakan analisis tabel frekuensi. Penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) pengusaha industri batu bata sebagian besar berjenis kelamin laki-laki (93,3%) dengan usia rata-rata yang bisa dikatakan produktif dan juga berpengalaman, lama usaha rata-rata lebih dari 20 tahun, modal rata-rata yaitu Rp. 5.600.000. Bahan didatangkan dari luar kecamatan bahkan luar kabupaten. Tenaga kerja berasal dari anggota keluarga sendiri dan pemasaran sampai luar provinsi. Periode jaya penjualan batu bata terjadi apabila musim kemarau, sedangkan masa sepi pernah terjadi pada tahun 2016 dan 2017 hal tersebut dikarenakan cuaca tidak menentu hampir setiap hari mendung bahkan hujan. (2) Strategi agar industri batu bata bertahan yaitu dengan menggunakan strategi 4P (Product, Price, Place dan Promotion) meliputi yang pertama yaitu strategi produk dengan batu bata yang memiliki kualitas bagus(kokoh, tidak mudah patah dan ukuran yang besar). Strategi harga yaitu dengan memberikan potongan kepada para pembeli dengan pembelian dalam jumlah besar. Strategi distribusi yaitu dengan menyetorkan ke toko bangunan dengan pemasaran sampai luar provinsi. Strategi promosi yaitu dengan menawarkan langsung kepada para pembeli, toko bangunan atau proyek.

Kata Kunci : industri batu bata, masa jaya dan sepi, strategi

Abstracts

Mojolaban District is one of the sub-districts in Sukoharjo Regency where there are many industries, one of which is the brick industry. The brick industry requires a strategy in order to maintain its sustainability. The method used in this study is the census method. The population is all brick industry entrepreneurs, amounting to 89 entrepreneurs. Data obtained from this study using the interview method. The analysis used frequency table analysis. This research shows that: (1) the brick industry entrepreneurs are mostly male (93.3%) with an average age that can be said as productive and also experienced, the average length of business is more than 20 years, average capital average is Rp. 5,600,000. Material imported from outside the sub-district and even outside the district. The workforce comes from family members themselves and marketing to outside the province. The glorious period of selling bricks occurs when the dry season, while the lonely period has occurred in 2016 and 2017 it is due to erratic weather almost every day even cloudy rain. (2) The strategy for the brick industry to survive is to use the 4P strategy (Product, Price, Place and Promotion) covering the first, namely the product strategy with bricks that have good quality (sturdy, not easily broken and large in size). Price strategy is to provide discounts to buyers with large purchases. The distribution strategy is by depositing it into a building store with marketing outside the province. Promotion strategy is to offer directly to buyers, building shops or projects.

Keywords: the brick industry, the heyday and quiet, strategy

1. PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi di Indonesia berkaitan erat dengan pembangunan pedesaan yang bersifat fisik dan non pertanian yang ditujukan untuk wilayah pedesaan dan sekitarnya, yaitu

pembangunan di luar sektor pertanian, seperti industri kecil atau disebut industri rumahan. Mengingat peranan industri sangat penting dalam pembangunan nasional, maka pembangunan sektor industri semakin memegang peranan penting dan strategis dalam menggerakkan usaha-usaha kearah terciptanya landasan pembangunan yang kokoh bagi tahap pembangunan jangka panjang selanjutnya. Tumbuhnya sektor baru yaitu kegiatan industri kecil merupakan satu gejala yang baru dalam sektor perekonomian dalam masyarakat. Akibat jenuhnya kesempatan kerja dan rendahnya pendapatan di sektor pertanian, maka penduduk berusaha mencari pekerjaan tambahan diluar sektor pertanian untuk menambah pendapatan dalam upaya mencapai kehidupan yang bekecukupan.

Kecamatan Mojolaban merupakan salah satu Kecamatan di Kabupaten Sukoharjo yang mengembangkan wilayahnya dari sektor industri rumah tangga dengan memanfaatkan kekayaan alam yang dimiliki. Salah satu industri rumah tangga yang dilakukan di Kecamatan Mojolaban adalah industri batu bata. Pembuatan batu bata yang masih bersifat tradisional memberi keuntungan bagi masyarakat dipedesaan karena untuk memasuki atau berusaha dibidang industri batu bata tidak memerlukan pendidikan yang tinggi atau modal yang besar dan teknologi yang canggih. Industri batu bata di Kecamatan Mojolaban merupakan usaha sampingan bagi para petani di musim kemarau sebagai pendapatan atau pemasukan lain dari sektor pertanian dan juga upaya dalam meningkatkan pendapatan dan meningkatkan taraf hidupnya karena sebagian besar dari hasil pertanian tidak mencukupi kebutuhan rumah tangganya.

Dari 15 kelurahan di Kecamatan Mojolaban, terdapat 3 Desa di Kecamatan Mojolaban yang terdapat produksi batu bata yaitu Desa Klumpit, Desa Joho dan Desa Sapen. Berdasarkan permasalahan diatas maka, untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam tentang keberadaan industri batu bata yang mengalami penurunan dan faktor yang menyebabkan pengusaha mempertahankan keberadaan industri tersebut. Sehingga penulis mengambil judul “KEBERLANGSUNGAN INDUSTRI BATU BATA DI KECAMATAN MOJOLABAN KABUPATEN SUKOHARJO”

2. METODE

2.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sensus. Sensus merupakan pengambilan informasi dilapangan menggunakan kuisisioner kepada populasi untuk mengetahui keberlangsungan industri batu bata di Kecamatan Mojolaban.

2.2 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data pada penelitian ini dilakukan setelah data terkumpul, selanjutnya melakukan pengolahan data. Tahap – tahap pengolahan data diantaranya :

- a. Penyuntingan (editing)
- b. Penyajian Data dan Penarikan Kesimpulan
- c. Metode yang digunakan untuk menganalisa data ialah dengan menggunakan analisis deskriptif yaitu analisis yang digunakan untuk memperjelas data dari hasil penelitian lapangan. Data yang didapat dari kuisioner tersebut dianalisis dan dikelompokkan untuk mendapat jawaban sesuai dengan tujuan dari penelitian yang dilakukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Keberlangsungan Industri Batu bata Di Daerah Penelitian

Tabel 1. Jenis Kelamin Pengusaha Industri batu bata

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	83	93.3%
Perempuan	6	6.7%
Total	89	100%

Sumber : Peneliti 2019

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 89 pengrajin rata-rata adalah laki-laki yaitu sebanyak 93,3% sedangkan untuk pengrajin perempuan sebanyak 6,7%. Jenis kelamin pengusaha industri batu bata di Kecamatan Mojolaban lebih banyak dilakukan oleh laki-laki, karena laki –laki berperan sebagai kepala rumah tangga berkewajiban untuk mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan, selain itu mengingat kondisi cuaca panas ketika mencetak, menjemur dan membakar batu bata tidak memungkinkan perempuan untuk melakukannya.

Tabel 2. Umur Pengusaha Batu Bata Kecamatan Mojolaban

Umur Tertua	65 Tahun
Umur Termuda	22 Tahun
Rata-rata Umur	40,6 Tahun

Sumber : Peneliti 2019

Usia pengrajin batu bata di Kecamatan Mojolaban berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa umur tertua yaitu 65 tahun untuk usia ini bisa dikatakan masih dalam masa produktif dan sudah memiliki banyak pengalaman dalam usaha batu bata.

Tabel 3. Pendidikan Terakhir Pengusaha Batu Bata Kecamatan Mojolaban

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SD	31	34.9 %
SMP	49	55.1 %
SMA/K	6	6.7 %
Diploma/Sarjana	3	3.3 %
Total	89	100 %

Sumber : Peneliti 2019

Tingkat pendidikan pengrajin batu bata di Kecamatan Mojolaban dari 89 pengrajin sebanyak 55,1% pengrajin merupakan lulusan SMP, pengrajin dengan lulusan SD sebanyak 34,9%, dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa untuk mengusahakan batu bata tidak menuntut pendidikan yang tinggi karena usaha ini hanya membutuhkan ketrampilan dan pengalaman walau tidak bisa dipungkiri bahwa tingkat pendidikan sangat mempengaruhi terhadap kemampuan seseorang dalam hal pemikiran dan perkembangan daya pikirnya terutama dalam hal perindustrian.

Tabel 4 Lama Usaha Pengusaha Batu Bata Kecamatan Mojolaban

Usaha Terlama	30 Tahun
Usaha Terbaru	6 Tahun
Rata-rata Lama Usaha	21 Tahun

Sumber : Peneliti 2019

Lama usaha pengusaha batu bata di Kecamatan Mojolaban berdasarkan hasil penelitian rata-rata mereka sudah melakukan usaha lebih dari 20 tahun. Rentan waktu tersebut bisa dibilang cukup lama karena pengusaha sudah memulai pekerjaan tersebut dulu pada saat membantu orang tuanya kemudian melanjutkannya sampai sekarang. Berdasarkan hasil penelitian modal awal yang digunakan pengrajin batu bata paling sedikit yaitu Rp. 1.150.000 dan modal terbanyak yaitu Rp. 9.200.000. Modal tersebut digunakan untuk membeli bahan baku dan kebutuhan lain dalam proses produksi. Bahan baku utama dalam pembuatan batu bata yaitu tanah liat. Bahan baku yang digunakan pengusaha untuk pembuatan batu bata diambil dari dalam luar desa bahkan luar kabupaten. Namun dalam perkembangannya tanah liat untuk bahan baku semakin langka dan mahal karena terkikis setiap hari karena hampir setiap hari di ambil dan semakin banyak alih fungsi lahan. Untuk mengatasi hal tersebut para pengrajin menggunakan bahan baku lain untuk campuran tanah liat yaitu kotoran sapi, abu sekam padi dan tanah padas. Tenaga kerja industri batu bata berdasarkan hasil penelitian di

Kecamatan Mojolaban dalam produksi batu bata rata-rata responden kebanyakan mereka melakukannya sendiri, akan tetapi dalam pengerjaan biasanya hanya dibantu anggota keluarga seperti anak dan istri, untuk proses produksi walaupun dibantu tidak semua bisa mengerjakan yang biasanya di kerjakan bersama atau di bantu oleh anggota keluarga yaitu dalam proses penggalian dan pengolahan, karena dalam pengerjaan butuh keahlian khusus dalam pencampuran bahan baku agar pas. Berdasarkan hasil penelitian tidak ada pengusaha yang mengalami kesulitan dalam hal transportasi. Hal tersebut karena topografi di daerah penelitian relative datar, dekat dengan raya yang lebih memudahkan pengangkutan batu bata ke lokasi tujuan dan memudahkan konsumen untuk membeli. Pemasaran yang dilakukan para pengusaha industri batu bata di Kecamatan Mojolaban dengan langsung ke konsumennya, diambil langsung ditempat pembuatan, melalui makelar dan ada pengusaha yang menyetorkan produknya ke toko bangunan. Alasannya jika pemasaran di salurkan ke proyek-proyek perumahan, pengusaha tidak mendapatkan langsung uang dari konsumen dan penghasilannya harus menunggu.

Periode jaya dan sepi industri batu bata. Menurut hasil penelitian yang dilakukan periode jaya penjualan batu bata terjadi apabila musim kemarau, hal tersebut dikarenakan di musim kemarau banyak orang yang membuat rumah dan bangunan lain yang menggunakan batu bata. Akan tetapi menurut salah satu pengusaha masa sepi pernah terjadi pada tahun 2016 dan 2017 hal tersebut dikarenakan cuaca tidak menentu hampir setiap hari mendung bahkan hujan. Hal tersebut membuat banyak pengusaha batu bata mengalami kesulitan dalam hal produksi. Namun sebelum dan setelah tahun tersebut bisa dikatakan bahwa produksi batu bata stabil dan dipengaruhi oleh cuaca jika musim panas produksi batu melimpah akan tetapi kalau cuaca terlalu panas membuat batu bata menjadi retak-retak dan juga harga jual kalau musim kemarau menjadi rendah. Namun apabila musim hujan harganya melambung tapi produksinya terbatas. Hal lain yang membuat menurunnya penjualan batu bata disebabkan oleh konsumen yang sekarang mulai beralih ke bata ringan yang diproduksi dengan mesin. Walaupun usaha batu bata kadang mengalami periode sulit dalam proses produksi tetapi para pengusaha tetap menjadi pengusaha batu bata karena beberapa alasan, faktor pengusaha batu bata di kecamatan Mojolaban sebagian besar turun – temurun dari orang tua pengusaha, sehingga pekerjaan dilanjutkan pengusaha sampai saat ini. Pengusaha yang mengisi waktu luang karena setelah pulang dari kerjaan pokok memiliki waktu luang untuk membuat batu bata maka pengusaha tersebut bekerja semampunya dengan kata lain pekerjaan membuat batu bata itu dikerjakan dengan santai. Waktu luang juga dilakukan oleh para petani setelah menggarap sawah dan menunggu waktu panen, selain mengisi waktu luang juga dapat

menambah pendapatan.

3.2 Strategi Mempertahankan Industri Batu Bata

Strategi produk yang diterapkan para pengrajin batu bata di Kecamatan Mojolaban yaitu dengan menampilkan produk batu bata yang berkualitas. Ciri utama produk batu bata di Kecamatan Mojolaban kokoh, tidak mudah patah apabila diturunkan atau dinaikan ke truck dan apabila di gesekan dengan potongan besi muncul suara nyaring dan apabila dibelah bongkahan batu bata berwarna merah merata karena pembakaran dilakukan berulang-ulang kali agar benar-benar matang. Pengembangan lain dari produk batu bata di Kecamatan Mojolaban yaitu dengan menambahkan bahan baku lain selain tanah liat yaitu padas yang diselep, hal tersebut membuat batu bata semakin kokoh, hal lain yang dilakukan yaitu dengan memperbesar ukuran batu bata. Pengembangan yang dilakukan tersebut agar para konsumen tidak merasa kecewa dengan hasil produksi batu bata dan bisa meningkatkan jumlah konsumen selain itu pengembangan ini dimaksudkan agar batu bata bisa bersaing dengan produk lain seperti bata ringan.

Strategi harga dilakukan oleh para pengrajin batu bata di Kecamatan Mojolaban tidak asal-asalan, penetapan harga dilakukan dengan kalkulasi bahan baku dan permintaan pasar. Penentuan harga dilakukan pengrajin dengan kesepakatan antara pengrajin satu dengan pengrajin lainnya. Harga yang ditawarkan oleh pengrajin batu bata di Kecamatan Mojolaban yaitu berkisar Rp.500.000 sampai Rp.600.000 per seribu buah tapi pada saat musim penghujan harga bisa mencapai Rp.650.000 per seribu buah karena cuaca yang buruk menyebabkan proses produksi dan pengeringan menjadi lama. Setelah harga ditetapkan maka strategi harga yang dilakukan setelah itu adalah pemberian rabat atau potongan ketika membeli dengan jumlah besar. Para pengrajin menjual batu bata kepada beberapa toko bangunan dengan pengambilan batu bata dengan jumlah 20.000 – 30.000 buah dengan potongan harga Rp. 20.000 per 1000 buah, hal ini dinilai lebih menjanjikan karena tidak perlu susah payah mencari pembeli.

Adanya pembangunan jalan desa yang sudah baik dan memadai sehingga truck-truck pengangkut batu bata bisa melintas dan strategisnya lokasi pembuatan batu bata di Kecamatan Mojolaban memudahkan para pengrajin dalam melakukan distribusi batu bata, hal tersebut juga memudahkan para konsumen untuk datang ke tempat produksi. Saluran distribusi pengrajin batu bata di Kecamatan Mojolaban dilakukan dengan menyalurkan langsung batu bata kepada konsumen atau ke toko bangunan dan juga melalui makelar. Adapun daerah pemasaran batu bata meliputi pasar local yaitu Kecamatan Mojolaban, Kecamatan Polokarto, Kecamatan Bendosari atau hampir seluruh wilayah di Kabupaten

Sukoharjo. Daerah pemasaran luar Kabupaten meliputi Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Sragen atau sekarisidenan Surakarta, dan untuk pemasaran luar Provinsi yaitu Daerah Yogyakarta dan juga Jawa Timur.

Upaya yang telah dilakukan oleh para pengrajin batu bata di Kecamatan Mojolaban dalam meningkatkan pemasaran yaitu dengan melakukan promosi. Promosi yang dilakukan dalam hal ini yang pertama yaitu dengan sikap ramah dan sopan kepada calon pembeli. Promosi yang dilakukan para pengrajin batu bata di Kecamatan Mojolaban bisa dibilang kurang atau masih terbatas. Promosi hanya dilakukan dengan mulut kemulut dengan menjadikan produk batu bata yang berkualitas sebagai senjatanya, selain batu bata yang berkualitas produksi batu bata di Kecamatan Mojolaban sudah dikenal oleh masyarakat luas sehingga lebih mudah dalam mempromosikannya. Strategi promosi yang dilakukan para pengrajin batu bata saat ini adalah dengan menawarkan langsung produknya ke pemilik toko bangunan dan juga proyek-proyek, hal tersebut dirasa lebih mudah karena toko bangunan dan proyek biasanya mengambil dalam jumlah besar. Strategi lain yaitu dengan pengiriman gratis batu bata ke tempat yang dekat dengan tempat produksi.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

- a. Keberlangsungan industri batu bata Kecamatan Mojolaban Kabupaten Sukoharjo menunjukkan bahwa pengrajin batu bata dominan berjenis kelamin laki-laki dengan usia pengrajin paling banyak di usia 41 tahun sampai dengan 60 tahun yang bisa dikatakan dalam usia masih produktif dan juga sudah berpengalaman. Lama usaha para pengrajin batu bata di Kecamatan Mojolaban yaitu lebih dari 10 tahun. Modal usaha yang digunakan untuk usaha sebagian besar berasal dari uang sendiri dengan jumlah modal mulai dari Rp.1.000.000 sampai dengan Rp.5.000.000. Bahan baku didatangkan dari satu kecamatan dan juga luar kabupaten. Sebagian besar tenaga kerja dalam usaha batu bata berasal dari anggota keluarga saja. Pemasaran batu bata dilakukan sampai ke luar Provinsi. Batu bata di Kecamatan Mojolaban mengalami masa jaya pada musim kemarau dan mengalami masa surut saat musim hujan dan juga pada tahun 2016 dan 2017 karena cuaca tidak menentu dan hampir setiap hari hujan.
- b. Strategi agar industri batu bata bertahan yaitu dengan menggunakan strategi 4P (Product, Price, Place dan Promotion) meliputi yang pertama yaitu strategi produk dengan batu bata yang memiliki kualitas bagus(kokoh, tidak mudah patah dan ukuran yang besar) karena adanya tambahan bahan baku, pembakaran yang maksimal dan prosesnya manual.

Strategi harga yaitu dengan memberikan potongan kepada para pembeli dengan pembelian dalam jumlah besar. Strategi distribusi yaitu dengan menyetorkan ke toko bangunan dengan pemasaran sampai luar provinsi. Strategi promosi yaitu dengan menawarkan langsung kepada para pembeli, toko bangunan atau proyek dan juga dengan memberikan gratis pengiriman ke tempat yang dekat dengan tempat produksi.

4.2 Saran

- a. Pengrajin batu bata sebaiknya melakukan inovasi terhadap produk dan juga dalam proses produksi, proses produksi yang biasanya dilakukan dengan alat cetak 2 kotak bisa ditambah menjadi 4 kotak agar lebih cepat dalam proses produksi.
- b. Lebih dimaksimalkan dalam hal promosi yaitu dengan promosi melalui sosial media seperti facebook dll.
- c. Pengrajin batu bata di Kecamatan Mojolaban sebaiknya bekerja sama dengan pemerintah desa maupun pemerintah kabupaten agar lebih berkembang dan dalam melakukan pemasaran bisa lebih mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. (2018) "Kecamatan Mojolaban Dalam Angka 2018". Sukoharjo: Badan Pusat Statistik.
- Bintarto, (1977) "Buku Penuntun Geografi Sosial", Yogyakarta : U.P Spring
- Boyd, Harper W. (2000) "Manajemen Pemasaran" Edisi 2 Jilid 2, Jakarta : Erlangga.
- David .(2011) "Perumusan Manajemen Strategi ". Forum Penelitian.2011
- Effendi, Sofian dan Tukiran. (ed) (2012) "Metode Penelitian Survei". Jakarta : LP3ES
- Munizu, M., 2010. Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kelangsungan Industri. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan
- Priyana, Yuli (2018) "Pengantar Meteorologi dan Klimatologi". Surakarta : Muhammadiyah University Press
- Qoeriyah, Siti. 2018. Analisis Keberlangsungan Industri Genteng Di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar Tahun 2017. Skripsi (tidak diterbitkan). Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sumaatmadja, Nursid. Studi Geografi Suatu Pendekatan dan Analisa Keruangan, Bandung
- Wijayanti, Titik (2008) "Marketing Plan" Jakarta : Erlangga